

# 短视频布局对学科网品牌 塑造的新机会

高潜训练营第五组      方菁

# 目录

## CONTENTS

01

现状分析

02

方案落实

03

预期目标

# 1

## 现状分析





## 一、公司宣传现状分析



### 1、公司客户：B端成熟、C端蓝海

目前从公司营收来看，上半年B端收入超1亿。以网校通、E卷通为主营产品、以学校、教育局、各公司为主要客户的业务模式已较为成熟。

而C端上半年收入近2600万，与去年同期（1047万）相比翻倍增长，且C端不论从产品还是客户而言均市场广阔，在数字教育资源领域而言是一片**没有恶性竞争、充满利润和诱惑的新兴市场。**

所以，及时**占领C端宣传渠道**，提高产品知名度，树立品牌形象对公司未来发展具有重要意义。



# 一、公司宣传现状分析



## 2、公司市场：守一线、攻二线、布局三线

销售地图





# 一、公司宣传现状分析



## 3、品牌现状：品牌知名度大，但产品知名度较低

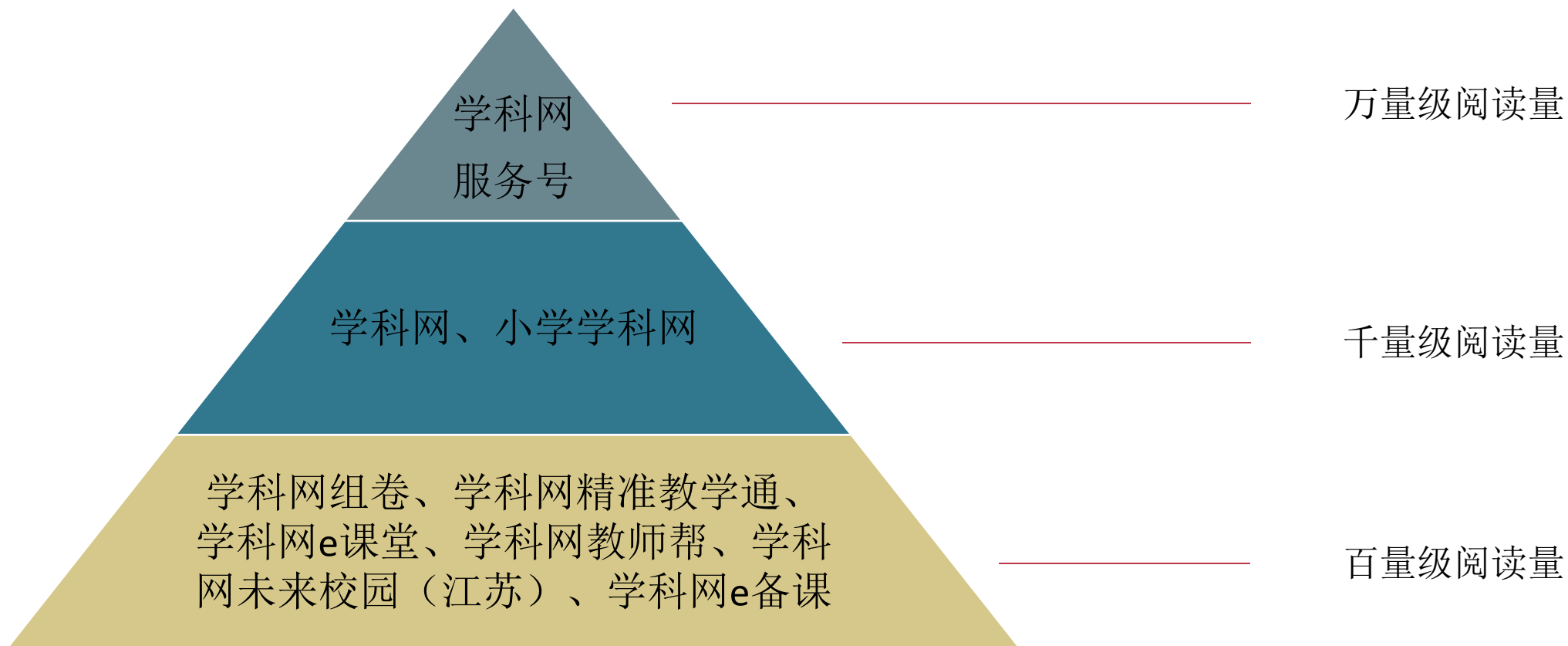




# 一、公司宣传现状分析



## 4、**宣传渠道：**公众号为主流





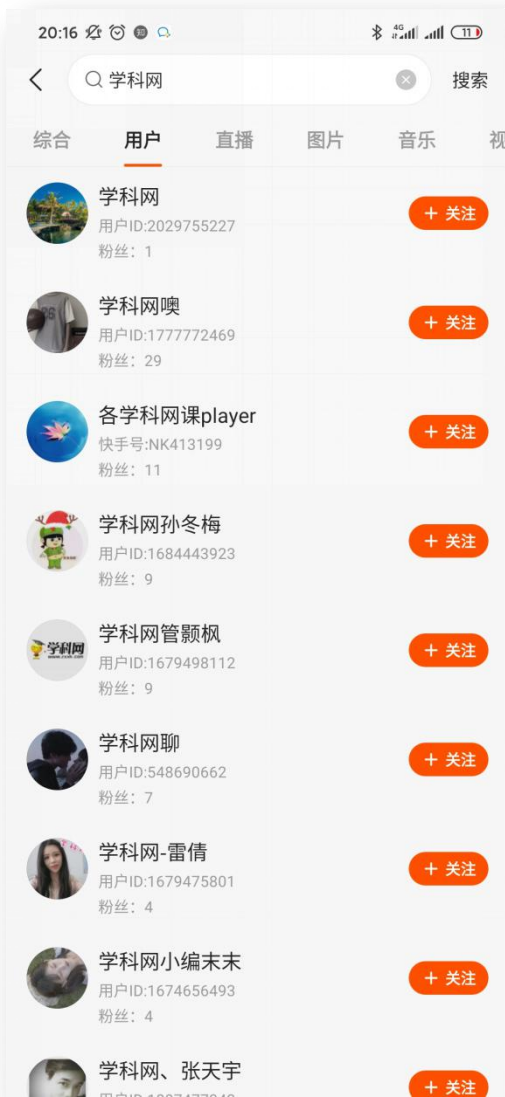
# 一、公司宣传现状分析



## 4、宣传渠道：短视频领域空白



抖音



快手



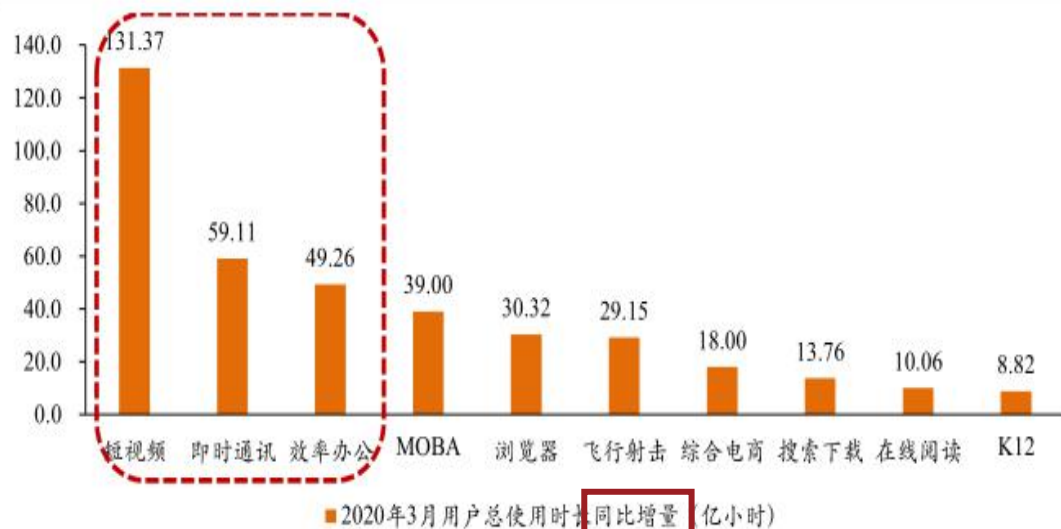


## 二、可行性分析



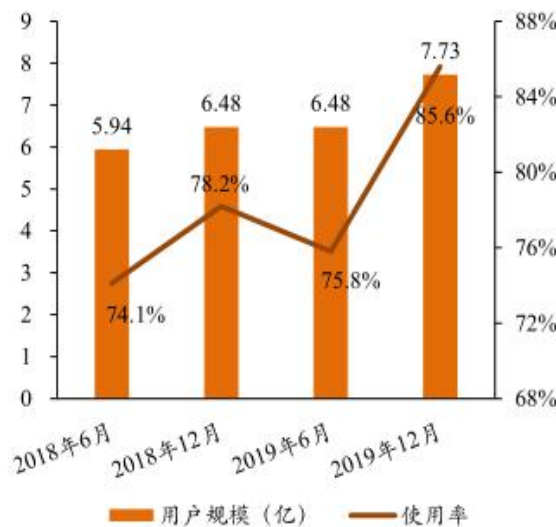
### 短视频把握整体在线流量供给格局

图表 4 短视频、即时通讯、效率办公领域用户月总使用时长抬升较快



数据来源: QuestMobile、广证恒生

图表 5 2019 年 12 月短视频用户规模达 7.73 亿



数据来源: 中国互联网信息中心、广证恒生

图表 6 抖音、快手占据行业头部地位



数据来源: QuestMobile、广证恒生

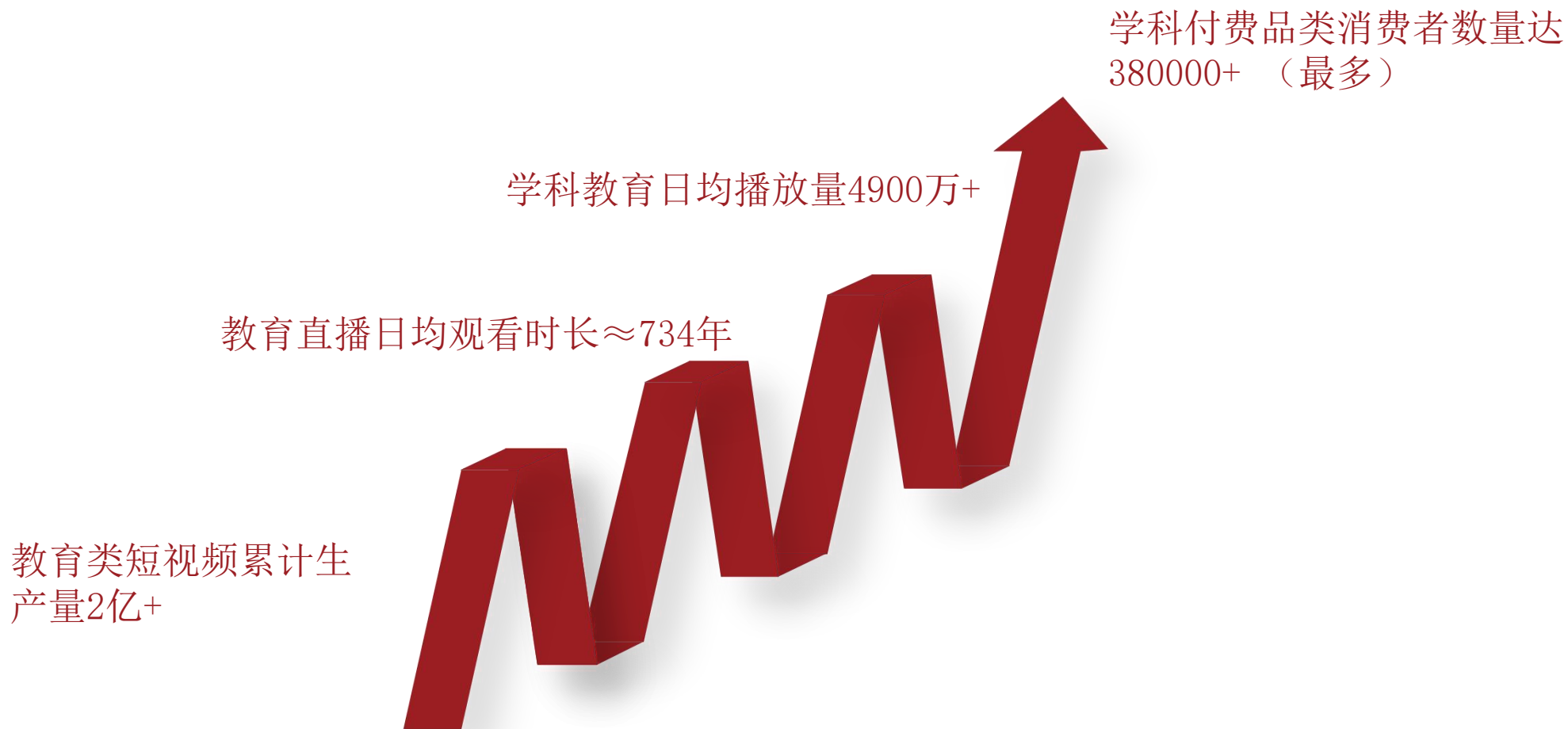
目前仍然是短视频的风口期



## 二、可行性分析



短视频在教育领域迅速放量，且用户习惯已初步成形



数据来源于《快手：2019教育生态报告》

### 短视频符合品牌宣传所需



01

#### 低成本

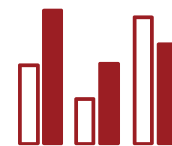
在成本更可控的前提下实现规模化增长



02

#### 传播性

存量巨大且不断增长的MAU使得企业获得了更多的品牌曝光机会



03

#### 体验式营销

相比图文类广告，视频内容具备的体验式营销性质，使其与教育这种重决策产品的长转化链条更契合。

# 02

## 方案落实





## 聚焦

## 借力打力

确定定位

用户心智认知的定位

02

04

强化品牌形象

品牌IP、借势增信

重复性输出内容

高频、重复、多维触达

转化轻度消费者

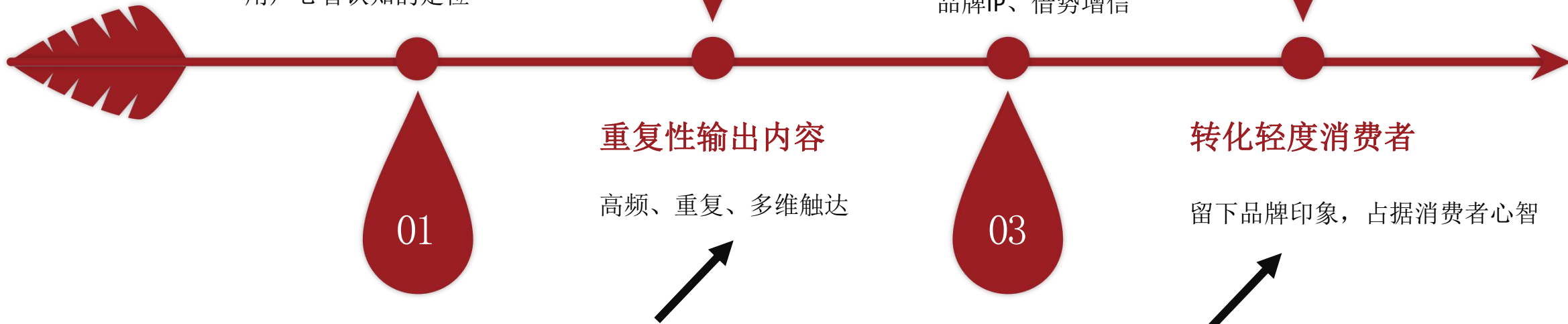
留下品牌印象，占据消费者心智

01

03

## 持续

## 达成目标





企业

## 学科网动态

99所百强校学科网签约93所……

福利及优惠详细介绍

## 企业形象塑造

截取部分具有故事性、便于传播的领导人演讲片段

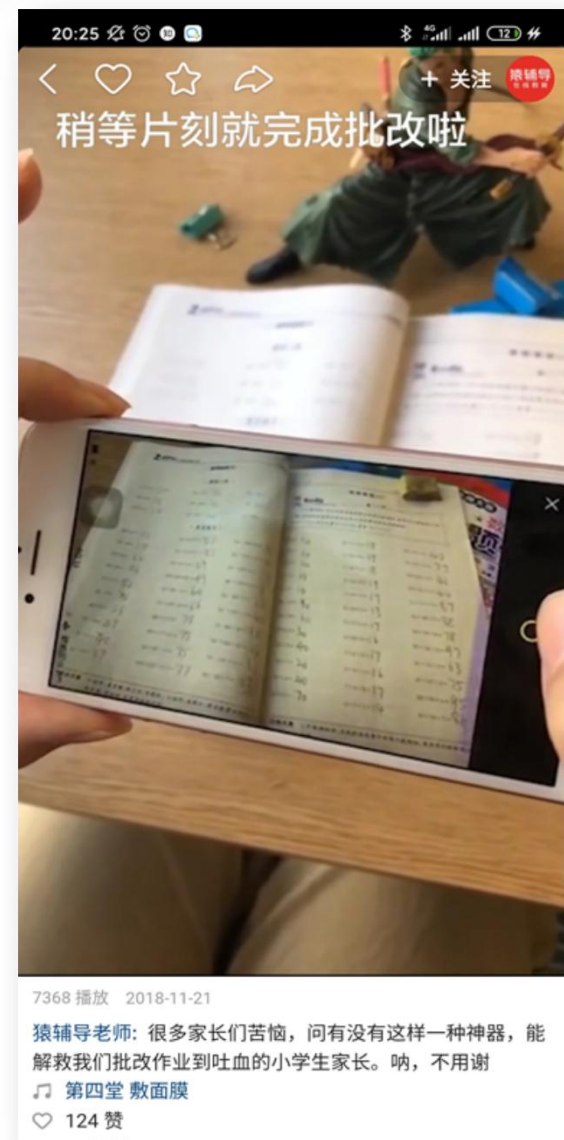
小博士动画制作

## 雇主形象塑造

企业信息；员工福利……



# 重复性输出内容



## 产品

错题小印、E卷通、精准教学通等的产品  
定位及使用场景

如何使用此产品

产品的隐藏功能

新上了某个功能模块，用短视频快速解  
说清楚

.....





## 重复性输出内容



### C端付费课程

- 七彩小鱼微课堂
- 课外阅读好向导
- 国学经典《弟子规》
- 解题视频

事实上，没有人喜欢看广告。人们只喜欢看自己感兴趣的事情，而有时候恰巧是一则广告。

——著名广告人，霍华德·拉克·哥萨奇



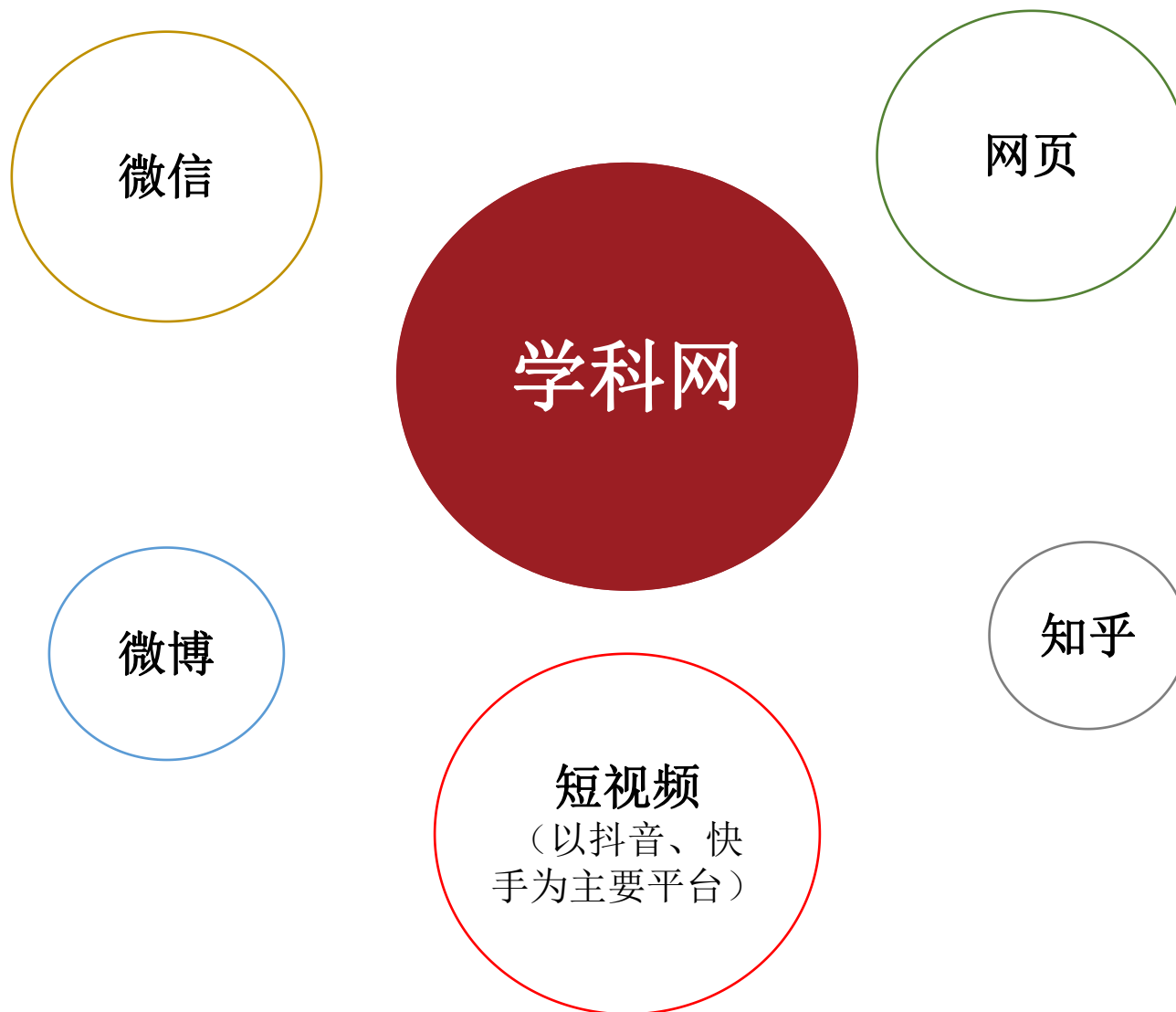
# 3

## 预期目标





## 一、拓宽流量入口



二、拓展下沉市场



抖音活跃用户分城市等级渗透率

	用户占比	月活跃用户数 (亿)	移动网民数量 (亿)	移动网民占比	抖音活跃用户 渗透率
一二线城市	44%	2.16	5.35	47%	40%
三线及以下	56%	2.73	6.00	53%	46%

抖音活跃用户增量测算（渗透率假设）

<div>一二线城市 三线及以下</div>	45%	50%	55%	60%	70%
50%	0.51	0.78	1.05	1.31	1.85
55%	0.81	1.08	1.35	1.61	2.15
60%	1.11	1.38	1.65	1.92	2.45
70%	1.71	1.98	2.25	2.52	3.05

快手活跃用户分城市等级渗透率

	用户占比	月活跃用户数 (亿)	移动网民数量 (亿)	移动网民占比	快手活跃用户 渗透率
一二线城市	30%	1.14	5.35	47%	21%
三线及以下	70%	2.65	6.00	53%	44%

快手活跃用户增量测算（渗透率假设）

<div>一二线城市 三线及以下</div>	25%	30%	35%	40%	50%
50%	0.55	0.82	1.08	1.35	1.89
55%	0.85	1.12	1.38	1.65	2.19
60%	1.15	1.42	1.68	1.95	2.49
70%	1.75	2.02	2.28	2.55	3.09

### 三、视频产品的售卖新渠道



**51%** 的作者使用短视频售卖课程

短视频



其中 **95.2%** 获得收益



**43%** 的作者直播间售卖课程

直播



其中 **94.9%** 获得收益

突破教育营销广告模式    免费好内容带来付费新转化



2020

感谢各位的聆听

高潜训练营第五组